

Фотокнига как вид издания

Аннотация: статья посвящена проблеме определения понятия «фотокнига» в рамках издательского дела. Авторами предложено альтернативное определение фотокниги, обозначены основные отличия фотокниги от фотоальбома. Предложен подход к классификации фотокниг не по тематическому признаку, а по цели создания и продолжительности события.

Ключевые слова: *фотокнига, фотоальбом, классификация фотокниг, определение фотокниги.*

Photobook as an edition type

Abstract: the article covers a problem of definition of “photobook” concept within the scope of publishing industry. The authors propose an alternative definition of photobook, indicate the major distinction between photobook and photo album. A photobook classification approach is proposed that is based on the goal and the event duration rather than the thematic character.

Key words: *photobook, photo album, classification of the photobooks, the determination of the photobook.*

Все более популярными становятся издания, основным содержанием которых являются фотографии, – фотоальбомы и фотокниги. Однако анализ представленной продукции и сопоставление ее типологии с научной литературой показывает, что до сих пор не проведено четкой границы между этими двумя видами изданий: часто фотоальбом и фотокнига используются как синонимы, подменяя друг друга. Такая ситуация складывается в связи с тем, что явление фотокниги относительно новое и его теоретическая база еще не сформирована, в том числе и на официальном уровне (в ГОСТах и ОСТах).

В классификации видов изданий по знаковой природе информации, представленной в ГОСТе 7.60–2003 «Издавания. Основные виды. Термины и определения» издания, содержащие фотографии, относятся к изоизданиям, «большую часть объема которых занимает изображение». При этом отдельно отмечено, что под изображением «понимается воспроизведение живописного, графического, скульптурного произведения, специальной или художественной фотографии и графических работ» [ГОСТ 7.60–2003 «Издавания. Основные виды. Термины и определения»].

К изоизданиям относят альбом – «книжное или комплектное листовое издание, имеющее, как правило, пояснительный текст» [Там же]. В ГОСТе также отмечено, что основным материалом альбома являются художественные картины (художественные альбомы), схемы и чертежи (технический альбом) или фотографии (фотоальбом). Таким образом, фотоальбом – «это альбом, в котором содержатся репродукции фотоизображений, специально изготовленных для данного издания или подобранных из других изданий и архивных материалов» [Там же].

Фотокнига не выделяется ГОСТом, но в ряде исследований можно найти определения этого вида издания. Приведем самые, на наш взгляд, удачные из них.

1. Фотокнига – вид фотоальбома, автор которого средствами фотографий ведет изобразительный рассказ, создает цельное изобразительное произведение из фотографий [Мильчин, 2003: 493].

2. Фотокнига – такой вид издания, ведущим средством изложения в котором является фотография, при этом фотография и текст находятся в смысловом и композиционном единстве и в совокупности создают содержательную основу произведения [Мжельская, 2005: 15–16].

Каждое из этих определений содержит в себе существенную характеристику фотокниг: в первом – отношение к фотоальбому и выделение функции повествования, во втором – соотношение текста и фотографий. Объединив два этих определения, мы получим более развернутое и точное: фотокнига – это вид фотоальбома, автор которого средствами фотографий ведет изобразительный рассказ, создает цельное изобразительное произведение из фотографий, при этом фотография и текст находятся в смысловом и композиционном единстве и в совокупности создают содержательную основу произведения.

Так как фотокнига является видом фотоальбома, то следует определить, чем конкретно эти два издания отличаются друг от друга, выделить у фотокниги специфические особенности.

Как можно понять из представленного выше определения, одним из отличий фотоальбома от фотокниги является характер текста, соотношение слова и изображения. Так, Е. Л. Пономарева пишет о том, что если содержание альбома не может быть заменено словесным образом и текст в нем выполняет лишь дополняющую функцию, то в фотокниге текст является необходимым элементом издания, без которого нельзя реализовать его целевое назначение [Пономарева, 1999: 10]. «В альбоме изображения составляют основу, главное содержание альбома, текст же в нем второстепенен...» [Алямовская, 1973: 12]. Текстовый ряд в таком издании представлен справочным аппаратом: вступительная статья, подписи к фотографиям, комментарии и другие элементы, которые не образуют связанного и самостоятельного текста, а выполняют вспомогательную роль (поясняющую, комментирующую, справочно-ориентирующую). Для фотокниги характерен связующий текст, который выполняет не только информационную, но и организующую функцию. «С одной стороны он является частью композиции, с другой – средством композиционной организации» [Мжельская, 2005: 16].

Основные задачи, которые текст выполняет в фотоизданиях, перечислены Е. Л. Мжельской в книге «Редакторская подготовка фотоизданий»:

- способствовать организации последовательного изложения повествования;
- создавать целостный художественно-смысловой образ;
- акцентировать внимание читателя на определенных элементах фотоизображения;
- раскрывать содержание фотографии в нужном аспекте;
- вместе с фотографией создавать новую информацию при полном взаимодействии слова и изображения.

Таким образом, фотокнига, в отличие от фотоальбома, соединяет в себе два равноправных носителя информации: фотографию и текст, благодаря чему обладает особой наглядностью, достоверностью и художественностью.

Кроме того, существует проблема классификации фотокниг, в особенности тех, которые создаются на заказ. Основным критерием деления выступает тематика книги. Например, И. В. Черняева и В. И. Бобров выделяют следующие виды фотокниг на заказ по содержанию:

- свадебная;
- семейная (включает архив нескольких поколений, собранных в одной книге);
- детская;
- выпускная (посвящена окончанию детского сада, начальной или средней школы, высшего учебного заведения);
- для бизнеса (может быть представлением фирмы или компании, отчетом о корпоративном мероприятии, фирменным меню и т. д.);
- частная (не посвящена какому-то определенному дню, а служит напоминанием о приятных событиях) [Бобров, Черновая, 2015: 132–135].

Однако тематическое разнообразие фотокниг очень велико, поводом для создания может послужить абсолютно любое событие из жизни как людей, так и предприятий, поэтому создать четкую и полную классификацию по данному критерию не представляется возможным. Например, фотокнига, посвященная окончанию детского сада или начальной школы, т. е. выпускная, может быть отнесена и к детской. А семейная, в свою очередь, – включать не только частную, но и детскую, и свадебную.

Наиболее целесообразно, на наш взгляд, разделить фотокниги в первую очередь по цели их создания:

- частная фотокнига, которая будет отражать события из жизни конкретных людей;
- корпоративная, цель которой – представить образ предприятия, его деятельность, историю.

Кроме того, еще одним критерием для классификации может быть длительность события, которому посвящена книга:

- фотокнига конкретного мероприятия (день свадьбы, встреча из роддома, день рождения, корпоративное мероприятие и т. д.);
- фотокниги, отражающие продолжительный период (студенческие годы, первый год жизни ребенка, путешествие, история предприятия и т. д.).

Таким образом, проблема определения фотокниги как вида издания видится авторам крайне актуальной в настоящее время. Материалы, представленные в статье, могут послужить теоретической базой для специалистов при работе над подобными изданиями.

Список литературы

1. Алямовская Г. В. Альбом как тип издания / Г. В. Алямовская // Издательское дело : науч.-техн. информ. сб. – М., 1973. – № 1. – С. 12–18.
2. Бобров В. И. Технология изготовления эксклюзивных изданий : учеб. пособие / В. И. Бобров, И. В. Черная. – М. : Издательство МГУП, 2015. – 258 с.
3. ГОСТ 7.60-2003 Издания. Основные виды. Термины и определения. – Введ. 2004–07–01. – М. : Изд-во стандартов, 2004.
4. Мжельская Е. Л. Фоторедактирование : учеб. пособие / Е. Л. Мжельская. – М. : Аспект Пресс, 2013. – 176 с.
5. Мжельская Е. Л. Редакторская подготовка фотоизданий : учеб. пособие / Е. Л. Мжельская. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 112 с.
6. Мильчин А. Э. Издательский словарь-справочник : справочник / А. Э. Мильчин. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ОЛМА-Пресс, 2003. – 560 с.
7. Пономарева Е. Л. Фотоиздания. Теория и методика редакционно-издательской подготовки : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. Л. Пономарева. – М., 1999. – 15 с.

С. Е. Сапожникова, А. А. Совцова

Актуальные вопросы презентации летних детских лагерей в виртуальном пространстве

Аннотация: в статье даны основные понятия, касающиеся информационного сайта (ресурса) детского лагеря. Отмечается значимость верной подачи информации (текстовой, графической) на ресурсе для родителя. Утверждается, что сайт должен быть ориентирован не только на постоянного потребителя, но и потенциального.

Ключевые слова: *сайт, детский лагерь, интернет-ресурс, контент.*

Topical issues of summer children's camps presentation in virtual space

Abstract: In the article there are basic concepts due to information site of summer camp. Successful delivery of information(text and graphic) is important for modern parents. Site must be oriented not only towards constant consumer but potential one.

Key words: *site, summer camp, internet resource, content.*

Организация отдыха и досуга детей и подростков является одним из направлений государственной социальной политики в отношении семьи и детства [Левитская, 2012: 11–14]. Важно не просто качественно организовать детский отдых, но и презентовать его так, чтобы родители получили максимально подробную и соответствующую реальности информацию о детском лагере, в котором ребенку будет комфортно, интересно, и где он сможет качественно отдохнуть.